

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul evaluasi strategi promosi obyek wisata Danau Tiga Warna Kelimutu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Danau Tiga Warna Kelimutu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang strategi promosi Danau Tiga Warna Kelimutu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende membuat evaluasi tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende. Objek dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Setelah melakukan pengumpulan data dilakukan analisis data. Data yang telah dikumpulkan, dicatat dalam kegiatan penelitian kemudian dilakukan uji validitas dengan menggunakan teknik triangulasi sumber data. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Danau Tiga Warna Kelimutu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende menggunakan strategi promosi yaitu *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *direct marketing*, Humas (publisitas). Berdasarkan hasil evaluasi strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pihak dinas pariwisata masih kurang optimal.

Hal ini dapat dilihat dari belum adanya penggunaan *website*. Minimnya biaya yang diberikan untuk pelaksanaan strategi promosi sehingga terkadang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ende tidak mengikuti festival atau event yang diadakan dalam rangka memperkenalkan obyek wisata dari setiap daerah, serta masih sangat terbatas pembuatan *booklet* dan *leaflet*. Selain minimnya biaya kurangnya jumlah pegawai di bidang pemasaran dan promosi hanya berjumlah 7 orang serta pegawainya bukan orang yang ahli dalam bidang pariwisata. Faktor lain yang mempengaruhi kurang optimalnya strategi yang dilakukan adalah belum diadakan kerjasama dengan para pelaku pariwisata lainnya seperti kerjasama dengan pengusaha perhotelan dan biro perjalanan atau agen perjalanan.